

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

PLANO DE NEGÓCIOS: BARBEARIA DOM PEDRO

ELABORADO POR: WEYDSON RODRIGUES DA ROCHA

TIPO DE EMPRESA: NASCENTE

João Pessoa
Outubro de 2018

PLANO DE NEGÓCIOS: BARBEARIA DOM PEDRO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Serviço de Estágio Supervisionado em Administração do Curso de Graduação em Administração, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba, em cumprimento às exigências para obtenção do Grau de Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Prof. Rosivaldo de Lima Lucena, Doutor.

Coordenadora do Curso: Ana Karolina Kruta A. Bispo, Doutora.

João Pessoa
Outubro de 2018

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

R672p Rocha, Weydson Rodrigues da.
Plano de Negócios: Barbearia Dom Pedro / Weydson
Rodrigues da Rocha. – João Pessoa, 2018.
46f. : il.

Orientação: Rosivaldo de Lima Lucena.
Monografia (Graduação) – UFPB/CCSA.

1. Plano, Marketing, Negócios, Planejamento. I. Lucena,
Rosivaldo de Lima. II. Título.

UFPB/CCSA

Folha de Aprovação

WEYDSON RODRIGUES DA ROCHA

PLANO DE NEGÓCIOS: BARBEARIA DO PEDRO

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado em: _____ de _____ de 2018

Banca Examinadora

Prof. Rosivaldo de Lima Lucena, Doutor

Orientador

Profª Arturo Rodrigues Felinto, Mestre

Examinador

SUMÁRIO

1 . SUMÁRIO EXECUTIVO	10
2 . INTRODUÇÃO	11
3. CARACTERÍSTICAS DA ORGANIZAÇÃO	12
3.1 Dados da Empresa.....	12
3.2 Definição do Negócio	13
3.3 Setor ou Área de Atuação	13
3.4 Forma Jurídica	13
3.5 Capital Social	13
3.6 Dados do Proprietário e Síntese de Responsabilidades.....	13
3.7 Estrutura Organizacional.....	14
3.8 Estrutura Física (Projeto da Barbearia)	14
3.9 Identificação Visual	15
4. SITUAÇÃO DO MERCADO BRASILEIRO	15
4.1 Local Escolhido para Instalação da Barbearia	16
4.2 Fatores que determinaram a escolha do local	16
4.3 Pesquisa de Mercado	16
4.3.1 Metodologia	17
4.4 Resultados da Pesquisa de Mercado	17
5 . ANÁLISE SWOT	25
5.1 A Análise Swot	25
5.2 Analise da Barbearia Dom Pedro	25
6 . PLANO DE <i>MARKETING</i>	27
6.1 Fornecedores	27
6.2 Concorrentes	28
6.3 Clientes	28
6.4 <i>Mix</i> de Serviços	28
6.6.1 Cabelo	29

6.6.2 Barba	29
6.5 Preços	29
6.6 Estratégias Promocionais	30
6.6.1 Mídias Digitais	30
6.6.2 Mídias Tradicionais	30
6.7 Parcerias	30
7 . PLANO FINANCEIRO	30
7.1 Investimento Total	30
7.2 Investimentos fixos	31
7.3 Capital de Giro	31
7.3.1 Estoque Inicial	32
7.3.2 Caixa Mínimo	32
7.3.3 Investimentos Pré-Operacionais	32
7.4 Projeção de Faturamento	33
7.5 Estimativa de Custo Unitário	33
7.6 Formação do Preço de Venda	34
7.6.1 Custo Fixo por Hora	35
7.6.2 Custos Variáveis e Custos Totais por Serviço	35
7.7 Estimativa de Custos com Depreciação	36
7.8 Projeção de Resultados	36
7.8.1 Cenário Provável	37
7.8.2 Cenário Otimista	37
7.8.1 Cenário Pessimista	37
7.9 Projeção do Fluxo de Caixa	38
7.10 Indicadores de Viabilidade	38
7.10.1 Ponto de Equilíbrio	39
7.10.2 Lucratividade.....	39
7.10.3 Rentabilidade	40
7.10.4 Prazo de Retorno do Investimento	40
8 . PLANO OPERACIONAL	41

8.1 <i>Layout</i> e Capacidade de Produção	41
9 . CONCLUSÃO	42
REFERÊNCIAS	43
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA DE MERCADO	44

LISTA DE FIGURAS, GRÁFICOS E TABELAS

Figuras

Figura 1 – Estrutura Organizacional	14
Figura 2 – Estrutura Física	15
Figura 3 – Identificação Visual	15
Figura 4 – <i>Layout</i> da Barbearia	41

Gráficos

Gráfico 1 – Faixa Etária dos Pesquisados	17
Gráfico 2 – Loca de Residência dos Pesquisados	18
Gráfico 3 – Costumes e Preferências dos Pesquisados	18
Gráfico 4 – Serviços Geralmente Procurados pelos Pesquisados	19
Gráfico 5 – Prováveis Clientes que Residem na casa do Pesquisado	19
Gráfico 6 – Número de Possíveis Clientes	20
Gráfico 7 – Frequência de Consumo dos Pesquisados	21
Gráfico 8 – Sobre a Existência de Concorrentes na Região	21
Gráfico 9– Sobre a Insidência de Longos Deslocamentos	22
Gráfico 10– Sobre o Anseio dos Entrevistados por Novas Barbearias	23
Gráfico 11– Sobre o Preço Médio A Praticado na Região	24
Gráfico 12– Sobre o Preço Médio B Praticado na Região	24

Quadros e Tabelas

Quadro 1 – Análise Swot da Barbearia Dom Pedro	26
Tabela 1 – Resumo do <i>Mix</i> de Serviços	28
Tabela 2 – Investimento Total	31
Tabela 3 – Investimentos Fixos	31
Tabela 4 – Estoque Inicial	32

Tabela 5 – Caixa Mínimo	32
Tabela 6 – Investimentos Pré-Operacionais	33
Tabela 7 – Projeção de Faturamento	33
Tabela 8 – Estimativa do Custo Unitário de Insumos	33
Tabela 9– Custos Fixos	34
Tabela 10– Custos Fixos por Hora	35
Tabela 11– Custo do Serviço Corte de Cabelo	35
Tabela 12– Custo do Serviço Acabamento de Desenho da Barba	35
Tabela 13– Custo do Serviço Retirada Total da Barba	36
Tabela 14– Estimativa de Custos com Depreciação	36
Tabela 15– Projeção de um Cenário Provável	37
Tabela 16– Projeção de um Cenário Otimista	37
Tabela 17– Projeção de um Cenário Pessimista	38
Tabela 18– Projeção do Fluxo de Caixa	38
Tabela 19– Ponto de Equilíbrio.....	39
Tabela 20– Lucratividade.....	39
Tabela 21– Rentabilidade	40
Tabela 22– Prazo de Retorno do Investimento	40
Tabela 23– Capacidade Máxima de Atendimento	41

Plano de Negócio: Barbearia Dom Pedro

1. Sumário Executivo

A empresa Barbearia Dom Pedro visa oferecer com excelência os serviços disponibilizados, que são o corte do cabelo, o aparar e desenho da barba, bem como sua total retirada. A diferenciação do negócio se dará mediante o custo reduzido, tendo em vista que barbearia é pequena, e que o investimento inicial para a abertura no negócio foi relativamente baixo, mais voltado à modelagem estrutural do estabelecimento, interno e externo, como pintura, alocação de um espelho grande, compra da cadeira rotatória e de cadeiras para clientes à espera do atendimento, a instalação do ar-condicionado, bebedouro, *wifi*, televisão, bem como a compra dos instrumentos de trabalho, como a máquina de corte e acabamento, tesoura especial, entre outros.

Tendo como único proprietário o senhor Pedro Cordeiro, com experiência de um ano na área de higiene e estética, tendo sido qualificado profissionalmente em cursos de reconhecido prestígio, voltados principalmente a atualização e aperfeiçoamento técnico de novas tendências que afloram no mercado. Em síntese, busca maneiras de agregar valor ao serviço prestado, mediante aprendizagem constante e domínio de novas técnicas. Obviamente, ele também é responsável pela compra dos materiais essenciais para a execução dos serviços prestados, pelo pagamento de contas e gestão financeira do empreendimento.

O custo total para iniciar as operações foi de aproximadamente R\$ 5.500,00, no que tange à compra de instrumentos específicos para a prestação do serviço, pintura do ambiente, aquisição de outros itens para que o estabelecimento seja o mais confortável possível e, por fim, na confecção de um letreiro com o nome da barbearia. Vale salientar que todo o investimento inicial foi advindo do capital próprio, e que o mesmo trabalhará de forma individual, sem o auxílio de outro barbeiro.

Alguns indicadores transpareceram a viabilidade da implantação do negócio, mostrando se realmente há chances do mesmo dar certo, levando em consideração as projeções de vendas.

O primeiro é o Ponto de Equilíbrio, onde o mesmo aponta para um valor que gira em torno de R\$ 800,51, porém, projeta-se um faturamento mensal em torno de R\$ 2.250,00, o que cobriria tranquilamente os custos.

PE =	Custo Fixo Total / IMC				
	R\$	641,85	0,80	-	= R\$ 800,51

O segundo indicador é o de Lucratividade, onde mostra-se percentualmente qual a margem de lucro à ser atingida.

L =	Lucro Líquido / Receita Total x 100				
	R\$	1.162,20	R\$	2.250,00	x 100 = 51,7%

O terceiro indicador é o de Rentabilidade, que mostra o percentual de retorno sobre o investimento.

R =	Lucro Líquido / Investimento Total x 100				
	R\$	1.162,20	R\$	5.500,00	x 100 = 21,1%

O quarto indicador é Prazo de Retorno sobre o Investimento, que mostrou que precisa-se de pouco mais de quatro meses e meio para recuperar-se o que foi investido inicialmente.

PRI =	Investimento Total / Lucro Líquido				
	R\$	5.500,00	R\$	1.162,20	= 4,73

Por fim, a metodologia usada na elaboração deste trabalho, foi a contida na cartilha do Sebrae-MG (2013) voltada à elaboração de planos de negócios, pelo fato de ser mais direcionada ao microempreendedor, de forma simples e direta, auxiliando na compreensão da realidade vindoura, e de como atuar mais acertivamente.

2. Introdução

De acordo com a Associação Brasileira de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (2016), a venda de cosméticos, inclusive de barbear, destinados ao público masculino aumentou no Brasil nos últimos anos. Em 2015, esse segmento de mercado cresceu 2,4%. De 2008 a 2014, o crescimento foi de mais de 100%, quando movimentava cerca de US\$ 2.284 bilhões, saltando para US\$ 4.572 bilhões.

Assim como as mulheres se tornaram mais independentes com o passar do tempo, no novo cenário social também surgem homens de perfis mais vaidosos. Com essa valorização no visual masculino, os rapazes estão a cada dia voltando com novas tendências de negócio no mercado de barbearia, fazendo sucesso entre o povo brasileiro. E devido ao constante crescimento desse cenário, aumenta também os serviços especializados destinados aos homens que buscam tratar da barba e cabelo, logo, mais barbearias abrem para atender essa demanda.

A tecnologia hoje norteia muitas das escolhas dos jovens com relação à profissão, mas por outro lado há quem visualiza nas carreiras tradicionais oportunidades de reinventar determinadas funções, como a de barbeiro, que tem sido

uma atividade comum entre empresários brasileiros. O negócio de barbearia, inserido no ramo de estética e beleza, pode apresentar extrema diversidade de alternativas, desde o atendimento informal domiciliar a sofisticados salões de luxo, passando pelo atendimento no próprio domicílio, pelos salões ditos de bairro ou de pequeno porte e toda uma gama de portes intermediários. Pode ainda contemplar as opções apenas masculino ou unissex, sendo que este último incorporaria complementos que podem ser encontrados no perfil que trata de salão de beleza.

É um negócio que exige bom desempenho profissional, sintonizado com as tendências definidas pelos padrões de moda que, eventualmente, exigem reciclagem em relação às atividades convencionais da atividade. Cursos profissionalizantes, normalmente de nível técnico, surgem a cada dia, criando novos padrões de desempenho e especializando os serviços.

Por fim, o mercado de beleza voltado ao público masculino vem crescendo nos últimos anos também na Paraíba e atraindo cada vez mais clientes, interessados em produtos para tratamento da barba, do cabelo, e empreendedores, que buscam ampliar as opções de negócios.

3. Caracterização da Organização

3.1 - Dados da empresa

- Razão Social: Barbearia Dom Pedro
- Área de atuação: Atendimento/Serviços
- CNPJ: xxxxxx
- Endereço: Rua da Exportação/ SN – Bairro das Indústrias
- Cidade: João Pessoa/PB
- Telefone: (83) 98882 - 7870
- Serviços: Corte de cabelo, aparo e desenho/contorno da barba, bem como sua retirada total.

Missão

Oferecer serviços com excelência para os homens, mesclando a essência da tradição conservadora à modernidade, por meio de técnicas inovadoras para a beleza e bem-estar masculino.

Visão

Ser referência no Bairro das Indústrias e bairros circunvizinhos, aliando a tradição, modernidade, a inteira dedicação e a excelência, no que se refere o atendimento de alta qualidade a homens, dentro do prazo de um ano.

Valores

- Buscar sempre a excelência, para obter-se a satisfação dos clientes;
- Embasar todas as ações no respeito e na ética;
- Sempre estar atualizado sobre as tendências da área;

3.2 - Definição do Negócio

A Barbearia oferecerá aos seus clientes um ambiente agradável, customizado, voltado ao bem estar e a privacidade para este público. O atendimento será cordial, com um leque simples de serviços, mas, de ampla qualidade, realizados por um profissional capacitado e com os melhores materiais do mercado. Os clientes terão ainda a sua disposição um atendimento personalizado, no que diz respeito à flexibilidade nos horários, podendo agendar sua visita com antecedência.

3.3 - Setor ou área de atuação

O setor de atuação da Barbearia Dom Pedro será o da prestação de serviços de higiene e beleza capilar, especializado no público masculino.

3.4 - Forma Jurídica

Como é um empreendimento novo no mercado, o proprietário pretende trabalhar dentro da jurisdição comercial, sendo seu enquadramento jurídico inicial o MEI (micro empreendedor individual), para que haja a tributação devida, e o proprietário tenha seus direitos enquanto empresa validados.

3.5 - Capital Social

O capital social da Barbearia Dom Pedro será de R\$ 5.500,00 advindos direta e exclusivamente do proprietário Pedro Henrique Cordeiro, não havendo empréstimos ou investimento de terceiros (sócios).

3.6 - Dados do Proprietário e síntese de responsabilidades

Pedro Henrique Cordeiro - Investidor e Proprietário do empreendimento e atuará de forma individual.

- **Atendimento ao Público/Clientes** – Será o responsável técnico, o Barbeiro, e executará os serviços disponibilizados pela Barbearia. Agendará as visitas dos clientes por meio de ligações ou mensagem (*whatsapp*), responderá as perguntas e dúvidas por meio das redes sociais, bem como receberá os clientes casuais em seu estabelecimento;
- **Marketing** – Será responsável pela divulgação da Barbearia, dos serviços prestados, bem como das promoções voltadas a fidelização dos clientes, por meio das redes sociais;
- **Compras** – Será responsável pela compra dos materiais específicos usados nos serviços pela Barbearia prestados, e de outros materiais de uma forma geral;
- **Financeiro** – Será responsável por gerir as finanças da empresa no que tange todas as áreas envolvidas, desde organizar e controlar gastos, até efetuar o pagamento de contas;

3.7 - Estrutura Organizacional

É importante especificar que o proprietário/investidor acumulará todas as funções vigentes no empreendimento, tendo em vista que o mesmo atuará de forma individual, sem auxiliares.



Figura 1 – Estrutura Organizacional
Fonte: Elaboração do autor (2018)

3.8 - Estrutura Física (Projeto da Barbearia)

A estrutura física comportará um ambiente confortável, climatizado, onde haverá duas poltronas de 1 e 3 lugares, televisor de 42” com acesso a TV por assinatura, WIFI, bebedouro eletrônico (Gelágua). Haverá também em anexo a sala, um banheiro com toda estrutura básica para uso.



Figura 2 – Estrutura Física da Barbearia em 3D
Fonte: Elaboração do autor, (2018)

3.9 - Identificação Visual da Barbearia Dom Pedro.

Este será o logotipo da Barbearia, sua identidade visual frente ao mercado.



Figura 3 – Identificação Visual da Barbearia Dom Pedro
Fonte: Elaboração do autor (2018)

4. Situação do mercado brasileiro e panorama paraibano

O mercado da beleza não é mais exclusividade para o público feminino. Isso porque, cada vez mais, negócios surgem para atender à demanda masculina, que passa a ser tão exigente quanto a feminina. Barba, cabelo e cuidados com a pele são só alguns destes serviços que o consumidor vem exigindo nos dias de hoje, fazendo com que os empreendedores procurem maior qualificação e inovação para sobreviver ao mercado competitivo

Dados do segmento de beleza - O Brasil já é considerado o terceiro maior mercado de beleza do mundo, perdendo apenas para os Estados Unidos e para o Japão. Oportunidades lucrativas de negócios para empresários e empreendedores se multiplicam no país com a mesma velocidade que a indústria de higiene, perfumaria e cosméticos investe em inovação.

Voltando-se ao mercado paraibano, o mesmo vem em expansão contínua, e de acordo com a pesquisa IPC Maps, que mede o potencial de consumo das famílias, os paraibanos gastarão em 2016 mais de R\$ 1,5 milhões com produtos de higiene e cuidados pessoais, e para 2017 e 2018 a tendência é que estes números cresçam ainda mais.

Tendo em vista este cenário, SANTOS (2016) destaca que este mercado está em ascensão e continuará a trazer bons resultados nos próximos anos. “O mercado da beleza masculina cresce mais a cada dia. No mundo atual, o público masculino está cada vez mais vaidoso e cuidando bem mais da sua aparência, coisa que víamos pouco até tempos atrás. Percebemos isso em todas as faixas etárias e a tendência é que cresça a cada ano, pois as crianças e adolescentes estão crescendo já com essa cultura do embelezamento”.

4.1 - Local escolhido para a instalação da Barbearia Dom Pedro

O local escolhido para a implantação da Barbearia Dom Pedro foi o Bairro das Indústrias, na Rua da Exportação - nº: S/N. Uma região tipicamente residencial que conta com a proximidade do centro industrial, além de estar em um quadrante que envolve inúmeras escolas, paradas de ônibus, academias, supermercados, farmácias, entre outros empreendimentos, onde há um altíssimo fluxo de pessoas.

4.2 - Alguns fatores que determinaram a escolha do local

O primeiro ponto a ser destacado foi a percepção da pouquíssima presença de barbearias especializadas voltadas ao público masculino, que por vezes estão instaladas em péssimos lugares, tornando-se quase sempre desconhecidas, e para muitos inexistentes.

O segundo ponto é questão do proprietário já ter trabalhado com este serviço nas proximidades do local em questão, onde capturou informações importantes diretamente de clientes enquanto era funcionário de um salão de beleza, onde os mesmos elencavam como positiva a instalação de uma barbearia especializada nas imediações. E que por fim tais informações foram validadas e consolidadas mediante a pesquisa de mercado realizada.

4.3 - Pesquisa de Mercado

4.3.1 - Metodologia

A pesquisa de mercado foi realizada especificamente com pessoas residentes no Bairro das Industrias e outros bairros circunvizinhos, no quadrante de até 3 km, tendo como referência geográfica a localização onde foi instalada a Barbearia.

Tendo-se utilizado um método quantitativo de pesquisa, aplicou-se um questionário estruturado, para uma amostra de 100 pessoas do sexo masculino, seguindo uma determinada sequência lógica de perguntas, para não tornar complexo o entendimento por parte dos pesquisados, no intuito de obter-se informações saudáveis e sem distorções.

Para simplificação, focando na acessibilidade dos respondentes, criou-se um questionário objetivo, e *online*, de fácil compreensão, de rápido acesso em computadores, *notebooks*, *tablets* e até celulares, e de certa maneira sintentizado, demandando pouquíssimo tempo do pesquisado na hora de responder as perguntas, estimando-se menos de 90 segundos para fazê-lo.

4.4 - Resultados Obtidos na Pesquisa mediante aplicação do questionário.

- Qual a sua faixa de idade?

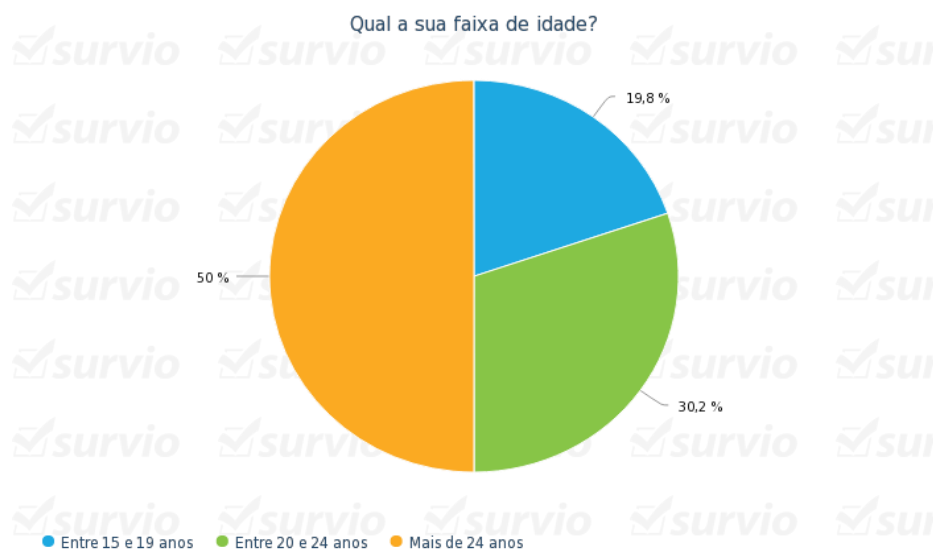


Gráfico 1 – Faixa etária dos pesquisados

Fonte: Elaboração do autor (2018)

Segundo explicita o Gráfico 1, 50% dos homens pesquisados tinham mais de 24 anos de idade, 30,2% tinham entre 20 e 24 anos, e por fim, 19,8% dos entrevistados tinham entre 15 e 19 anos.

- Você reside no Bairro das Indústrias ou bairros próximos?

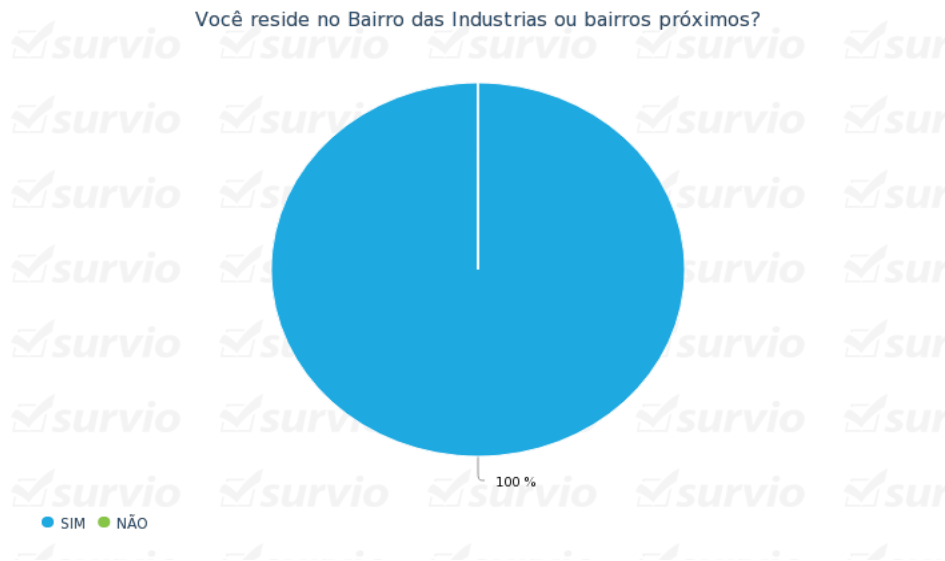


Gráfico 2 – Local de residência dos entrevistados

Fonte: Elaboração do autor (2018)

Segundo explicita o Gráfico 2, o foco da pesquisa foi respeitado. Neste caso, 100% dos homens pesquisados moram no Bairro das Indústrias ou bairros próximos.

- Você costuma frequentar barbearias ou usar os serviços ofertados por uma (corte de cabelo, barba, e etc), em estabelecimentos similares, como um salão de beleza por exemplo?

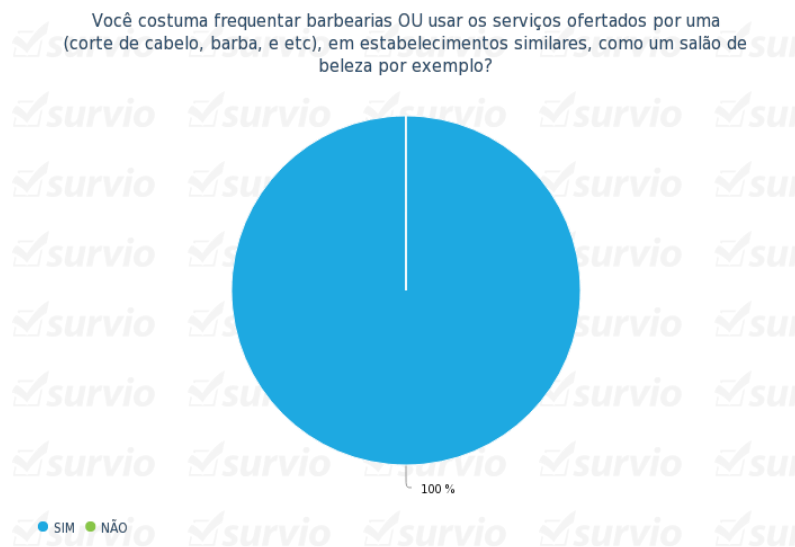


Gráfico 3 – Costumes e preferências dos pesquisados

Fonte: Elaboração do autor (2018)

Segundo o Gráfico 3, 100% dos entrevistados costumam frequentar barbearias ou estabelecimentos similares, que por ocasião ofertam um dos serviços que normalmente uma barbearia ofereceria.

- Qual ou quais serviços geralmente você procura?

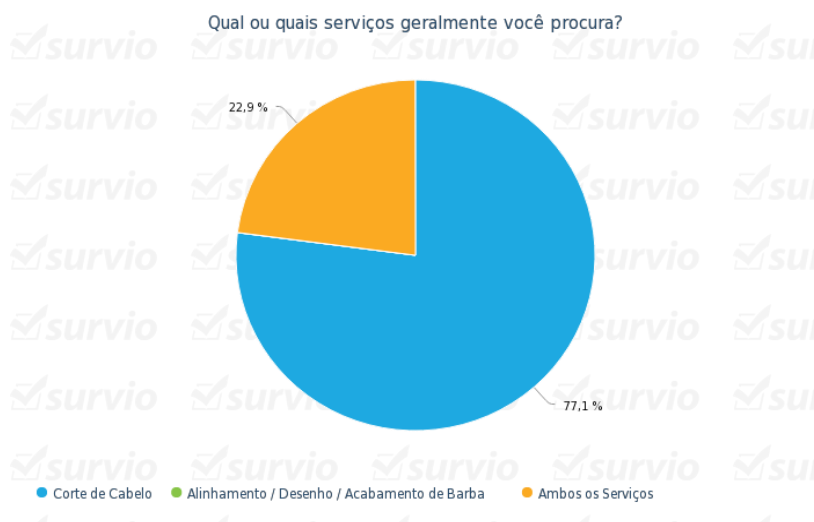


Gráfico 4 – Serviços geralmente procurados pelos pesquisados

Fonte: Elaboração do autor (2018)

O Gráfico 4 indica um resultado que já era esperado, onde, 77,1% dos homens que participaram da pesquisa demandam apenas o serviço mais básico, que é o corte de cabelo. Já 22,9% pesquisados, buscam também serviços direcionados a barba.

- Na sua casa há outras pessoas que também demandam um destes serviços?

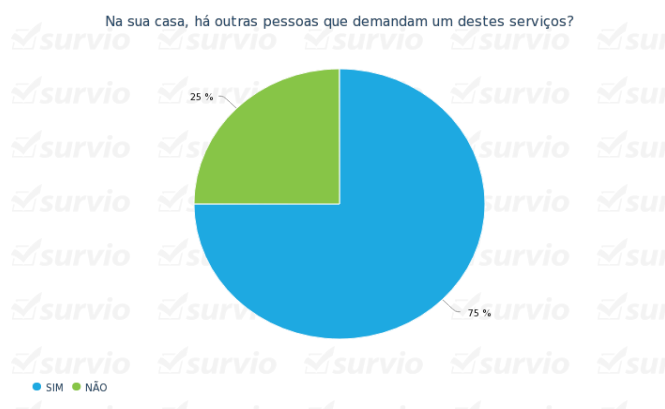


Gráfico 5 – Prováveis clientes que residem na casa do entrevistado

Fonte: Elaboração do autor (2018)

Segundo o Gráfico 5, 75% dos entrevistados afirmam ter pessoas próximas ou familiares que residem em casa, e que também demandam algum dos serviços mencionados. Já 25% total, acenam negativo para a questão.

- Se há, qual o número de pessoas?

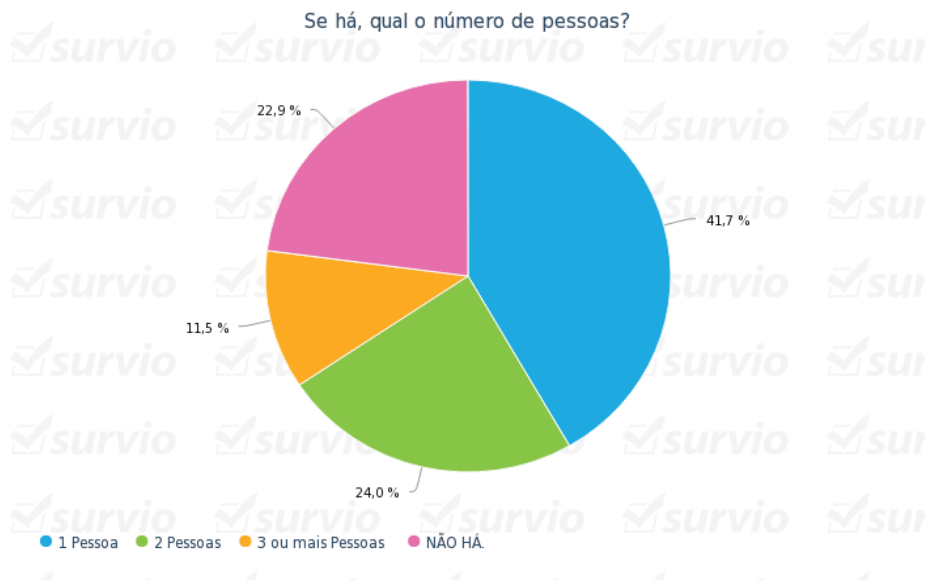


Gráfico 6 – Número de possíveis clientes
Fonte: Elaboração do autor (2018)

Segundo o Gráfico 6, 77,1% dos entrevistados afirma ter ao menos uma pessoa em casa que procura um dos serviços na pesquisa destacados. Enquanto apenas 22,9% acenaram negativo. Em síntese, há um mercado muito forte nesta região, com grande potencial de sucesso e expansão.

- Com que frequência você vai a barbearia, OU a outros estabelecimentos similares como salões de beleza, a fim de consumir algum dos serviços ofertados (corte de cabelo e barba)?

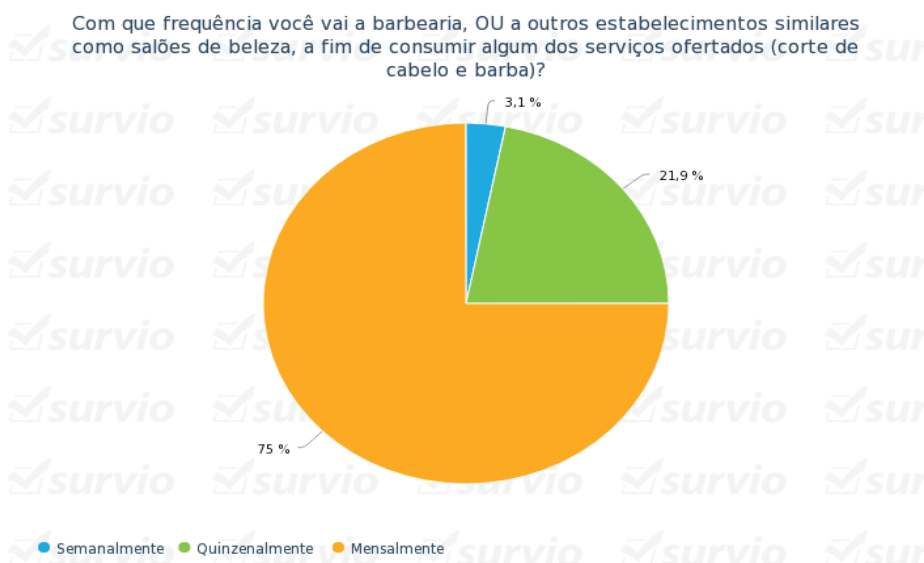


Gráfico 7 – Frequência de consumo dos pesquisados

Fonte: Elaboração do autor (2018)

Segundo o Gráfico 7, 75% dos homens pesquisados procuram no mínimo uma vez ao mês uma barbearia ou estabelecimento similares como salões de beleza, com a finalidade de demandar um de seus serviços, seja para fazer a barba, cortar o cabelo, ou ambos. Pode-se identificar então, que tem-se um consumo linear mês a mês, sem sazonalidades.

- Há barbearias no bairro onde você reside?

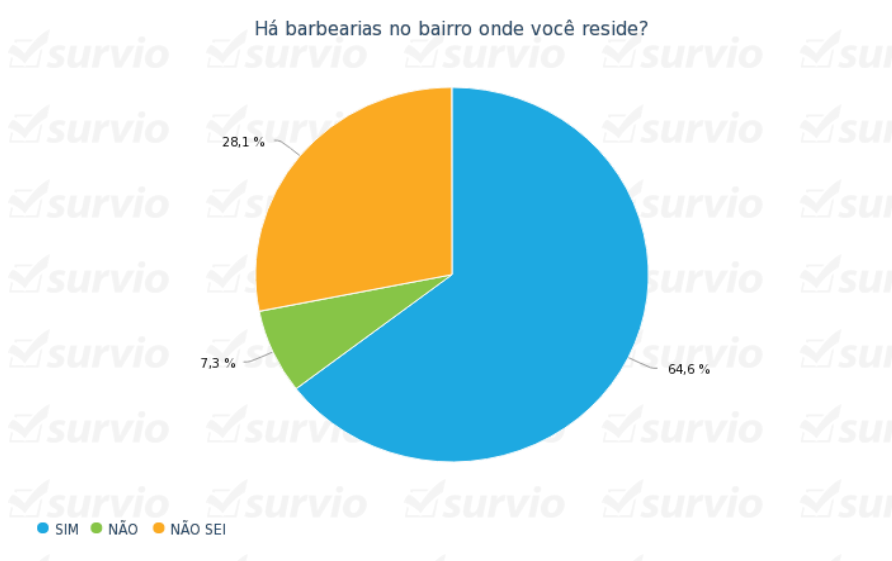


Gráfico 8 – Sobre a existência de concorrentes na região

Fonte: Elaboração do autor (2018)

Segundo o Gráfico 8, já existem barbearias no bairro pesquisado ou nos bairros vizinhos, porém, tendo em vista o alto índice de desconhecimento por parte dos pesquisados à respeito da existência de barbearias na localidade, que é 35,4%, pode-se interpretar que há poucas barbearias instaladas, ou que as existentes estão mal localizadas, ou foram abertas recentemente, ou não possuem uma boa divulgação, e quem sabe até, vivenciam um misto de todos estes fatores.

- Você costuma deslocar-se a longas distâncias para consumir os serviços ofertados por uma barbearia ou estabelecimentos similares, como salões de beleza?

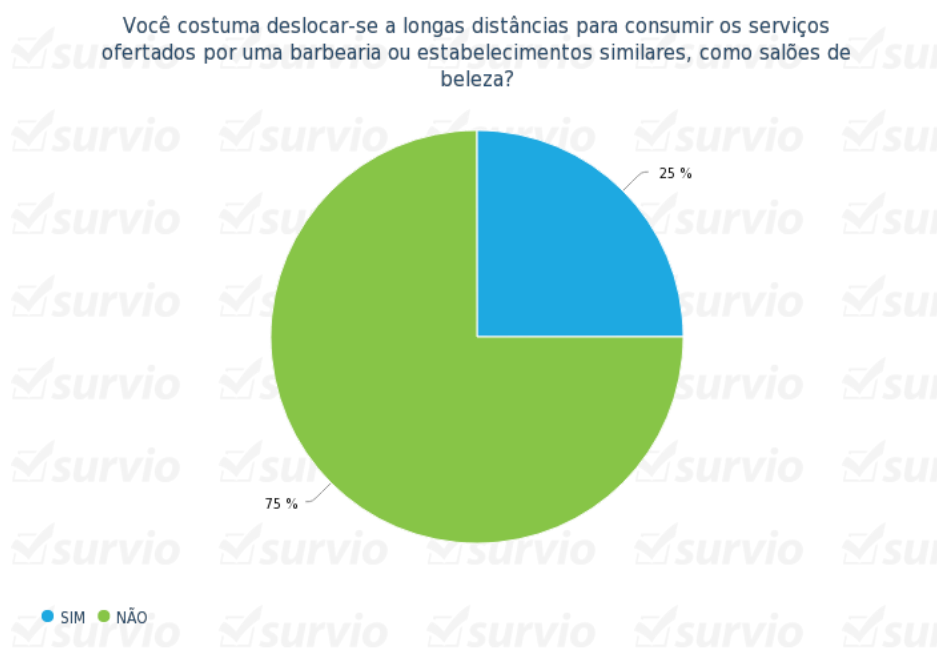


Gráfico 9 – Sobre a incidência de longos deslocamentos
Fonte: Elaboração do autor (2018)

Segundo o Gráfico 9, 25% dos entrevistados não consomem os serviços de barbearia ofertados no Bairro das Industrias e imediações, o que é um número elevado. Há vários fatores à serem considerados neste caso, porém, embasando-se na pesquisa, pode-se dizer que, o desconhecimento à respeito da existência das barbearias por parte dos pesquisados, é um fator negativo importante à ser destacado.

- Você gostaria que houvesse ALGUMA ou NOVAS barbearias no seu bairro?

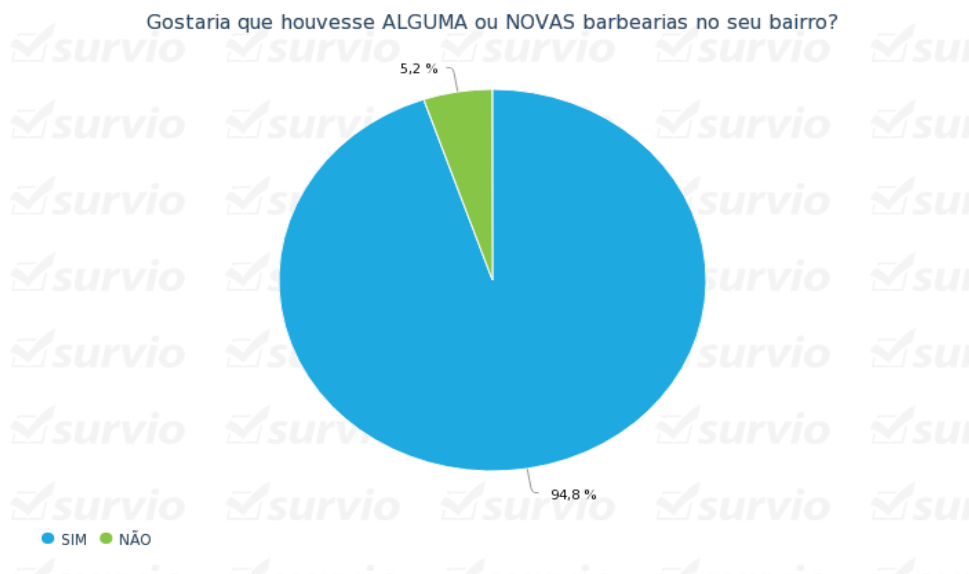


Gráfico 10 – Sobre o anseios dos pesquisados por novas barbearias

Fonte: Elaboração do autor (2018)

Segundo o Gráfico 10, apenas 5,2% dos pesquisados não querem a instalação de novas barbearias especializadas no quadrante geográfico aqui trabalhado. Em contra-partida, quase 95% dos pesquisados desejam que haja alguma ou novas barbearias no bairro e proximidades. Confrontando-se esta informação com o resultado da questão anterior, pode-se considerar que a esmagadora maioria dos homens pesquisados, que deslocam-se para estabelecimentos longe de seu bairro para consumir algum serviço de barbearia, estão descontentes com o serviço prestado pelas barbearias e salões locais, ou desconhecem a existência destes. Exclui-se aqui a possibilidade dos estabelecimentos locais estarem cobrando pelos seus serviços valores discrepantes com a média do mercado, tendo em vista que a pesquisa deixa claro, que há um alinhamento muito coerente à respeito dos preços executados no mercado desta região.

- Qual faixa de preço é comum encontrar no seu bairro, pela prestação de serviço Corte de Cabelo?

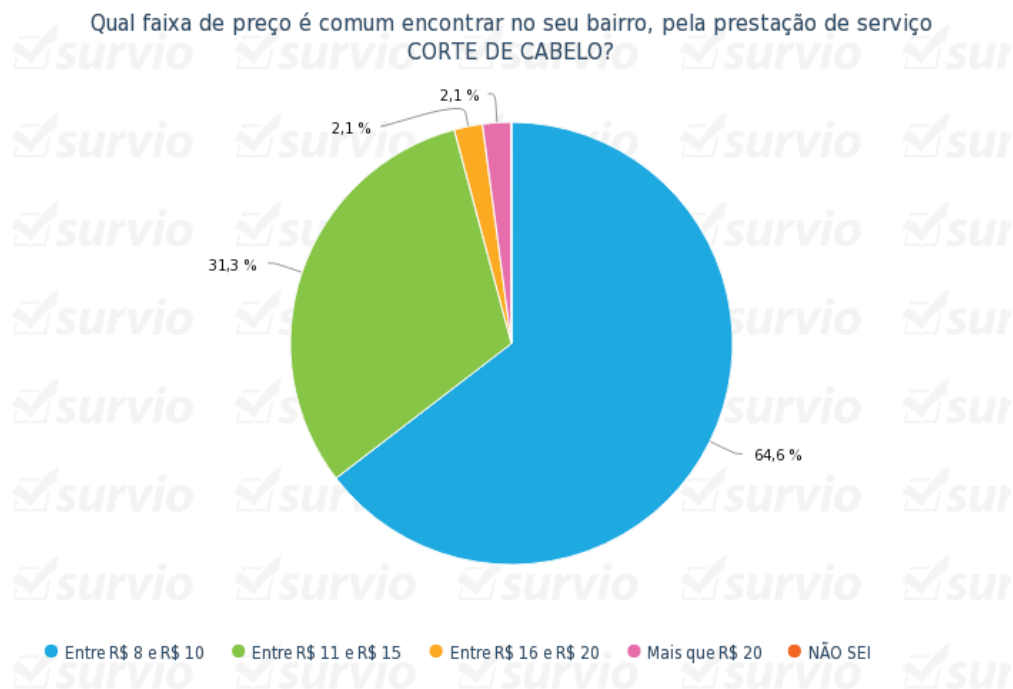


Gráfico 11 – Sobre o preço médio praticado na região

Fonte: Elaboração do autor (2018)

Segundo o Gráfico 11, 64,6% dos pesquisados encontram no mercado serviços que variam de preço entre R\$ 8 e R\$ 10, e 31,3% depara-se com valores um pouco mais elevados, circulando entre R\$ 11 e R\$ 15. E menos de 5% acima de R\$ 16. Em tese, tem-se um mercado bem dimensionado em termos de preço, tendo em vista que cobra-se em 95% dos casos uma média de R\$ 11,50 por este serviço.

- Qual faixa de preço é comum encontrar no seu bairro, pela prestação de serviço desenho/acabamento da barba?

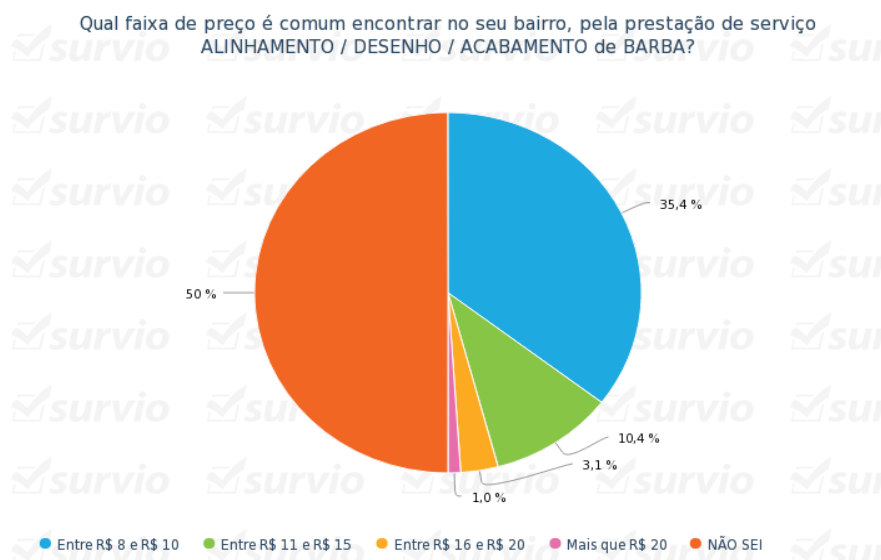


Gráfico 12 – Sobre o preço médio praticado na região

Fonte: Elaboração do autor (2018)

Segundo o Gráfico 12, 50% dos pesquisados não fazem ideia de quanto custa um trabalho estético voltado a barba. Provavelmente, optam por fazê-la em casa, ou, não gostam de mantê-la grande. Porém, os outros 50% pesquisados conhecem os preços, e provavelmente demandam ou já demandaram tal serviço. Em síntese, é um mercado potencial à ser trabalhado e instigado, onde a média de preço é muito parecida com a do corte de cabelo, por volta de R\$ 12,50 por serviço.

5. Análise SWOT

5.1 - A análise SWOT

Segundo KOTLER e KELLER, (2007), tal análise é importante para qualquer organização com relação a conhecer o potencial e as ameaças que estão dentro e fora do ambiente da organização. Esta análise é de suma importância no planejamento da empresa, auxiliando e colaborando com as decisões a serem tomadas pelas organizações.

5.1.1 – Forças (*Strenghts*): Correspondem aos recursos e capacidades da empresa que podem ser combinados para gerar vantagens competitivas em relação a seus competidores (KOTLER, 2000).

5.1.2 – Fraquezas (*Weaknesses*): Os pontos mais vulneráveis da empresa em comparação com os mesmos pontos de competidores atuais ou em potencial (KOTLER, 2000).

5.1.3 – Oportunidades (*Opportunities*): São forças ambientais incontroláveis pela empresa, que podem favorecer a sua ação estratégica, desde que conhecidas e aproveitadas satisfatoriamente enquanto durarem (KOTLER,2000).

5.1.4 – Ameaças (*Threats*): São forças ambientais incontroláveis pela empresa, que criam obstáculos à sua ação estratégica, mas poderão ou não ser evitadas, desde que conhecidas em tempo hábil (KOTLER,2000).

5.2 - Análise SWOT da Barbearia Dom Pedro

Strengths (Forças): vantagens competitivas da empresa/ pontos positivos do processo interno				
	Pontos Fortes	Ações a realizar	Prazo	Responsável
1	Ótima localização e acessibilidade		Imediato	Pedro Cordeio
2	Preços acessíveis, iguais ou menores que a média do mercado		Imediato	Pedro Cordeio
3	Privacidade voltada ao público masculino		Imediato	Pedro Cordeio
4	Profissional angajado em atualizar-se frente as tendências de mercado		Imediato	Pedro Cordeio
5	Aproximação dos consumidores com o profissional		Imediato	Pedro Cordeio
6	Ambiente climatizado, TV por assinatura e WIFI		Imediato	Pedro Cordeio
7	Baixíssimos custos		Imediato	Pedro Cordeio
Weaknesses (Fraquezas): vulnerabilidades da empresa / pontos a melhorar no processo interno				
	Pontos Fracos	Ação a realizar	Prazo	Responsável
1	Necessidade de uma forte aposta em divulgação/marketing	Divulgação por meio de folders, mídias sociais, e carros de som na região	3 meses	Pedro Cordeio
2	Apenas um profissional atuando no estabelecimento (tempo de espera) de clientes avulsos	Contratar novos funcionários à medida que a demanda for crescendo	6 meses	Pedro Cordeio
3	Gama de serviços ofertados limitada	Investir em equipamentos que possibilitem ofertar novos serviços	6 meses	Pedro Cordeio
4	Espaço Físico limitado	Reformar o atual prédio, aumentando o espaço físico	1 ano	Pedro Cordeio
Opportunities (Oportunidades): forças externas que são favoráveis				
	Oportunidades	Ação a realizar	Prazo	Responsável
1	Sala de entretenimento para clientes avulsos que aguardam ser atendidos.	Reformar o atual prédio aumentando o espaço físico, e comprar uma sinuca, ou algo similar.	1 ano	Pedro Cordeio
2	Comercializar intermente produtos como refrigerates, cerveja, e etc.	Investir em um refrigerador, e criar regras para manter a ordem a descência no ambiente.	6 meses	Pedro Cordeio
Threats (Ameaças): obstáculos externos / esta fora da empresa e pode comprometer os resultados				
	Ameaças	Ação para defesa ou para novo posicionamento	Prazo	Responsável
1	Concorrência já estabelecida (salões de beleza)	Focar nos custos, em ações de atração a clientes, serviços e ambiente diferenciado	Imediato	Pedro Cordeio
2	Deslealdade na questão dos preços (prostituição do mercado)	Forte controle de custos, possibilitando ofertar serviços baratos e de qualidade	Imediato	Pedro Cordeio

Quadro 1 – Análise Swot
Fonte: Elaboração do autor (2018)

6. Plano de *Marketing*

O trabalho almejou a proposição de soluções para alguns problemas detectados na empresa através de observação, além da análise realizada por meio da técnica SWOT, onde são observados diversos pontos dentro e fora da empresa. Após esse exame, foi possível propor algumas soluções simples, eficientes e compatíveis com as possibilidades da empresa.

Não será possível implementar todas as sugestões até a realização deste trabalho. O proprietário, considerando o grande interesse na resolução do problema exposto, está completamente engajado no plano proposto e pretende continuar na prática e controle do mesmo.

Atualmente, a maior barreira de implementação do projeto é financeira. Apesar de o plano atender às possibilidades da empresa, no momento o proprietário não dispõe de recursos financeiros para tal. Com o plano realizado, e com os recursos disponíveis, o dono se comprometeu a colocar em prática os objetivos propostos dentro do período de um ano.

A seguir são analisados os ambientes externo e interno da empresa através de seus fornecedores, concorrência que a empresa enfrenta, os seus clientes, além da indicação de suas oportunidades, ameaças, pontos fortes e pontos fracos.

6.1 – Fornecedores

A Barbearia não se relaciona com um número considerável de fornecedores, tendo em vista que não uma grande diversidade de produtos utilizados.

Os fornecedores na verdade são os estabelecimentos especializados na venda de materiais e produtos voltados à estética e à beleza. E estas foram indicadas por pessoas já atuantes no ramo. Vale salientar que geralmente não acontecem parcerias entre fornecedores e empresas, pois os donos de estabelecimentos vão ao mercado em busca de produtos de qualidade, mas, alinhados ao preço baixo, ou seja, quem fornecer o menor preço sem dúvida ganhará o cliente, o que torna bastante dinâmico o processo.

Além deste ponto, pode-se elencar a questão da concorrência imposta pelos supermercados que também vendem os itens, e que no caso são a maioria.

Tais fornecedores são encontrados facilmente nos grandes centros comerciais. Os materiais utilizados nas barbearias são geralmente comprados pelos próprios donos diretamente nos estabelecimentos, de forma presencial, tendo em vista que este processo não demanda tanto tempo, pois a quantidade de itens usados é limitada, e estes costumam durar semanas e até meses até findar em seus estoques.

6.2 – Concorrentes

Os concorrentes da Barbearia Dom Pedro são os salões de beleza e barbearias da cidade de João Pessoa/PB, principalmente os instalados no Bairro das Indústrias e bairros próximos, tendo em vista que é a área de atuação direta que realizam o mesmo serviço como, por exemplo, e que realizam os mesmos serviços, como exemplo o Salão I9-SE, a Barberia Gomes, entre outros.

As grandes barbearias da cidade também são consideradas concorrentes, como por exemplo as barbearias El Señor, Philipeia, Sevilha, entre outras de renome. Porém, apesar de realizar o mesmo serviço, não tem o mesmo público alvo por tratar de classes sociais distintas, e também a questão da localização, onde a pesquisa de mercado apontou que a esmagadora maioria dos consumidores destes serviços não costumam deslocarem-se longas distâncias para demandar os mesmos.

6.3 - Clientes

A Barberia Dom Pedro é uma empresa direcionada ao público masculino, seu atendimento é realizado no endereço, Rua da exportação, SN - Indústrias, João Pessoa – PB. Seu atendimento pode ser feito por agendamento de horário ou de maneira avulsa, quando o cliente não realiza o agendamento.

A maioria dos clientes são pessoas que moram ou trabalham no Bairro das Indústrias e bairros vizinhos. Seus clientes são conquistados através da própria identificação da empresa, mediante a realização de ações de divulgações em conjunto com a maior academia do bairro, além do própria divulgação boca-boca, que ocorre de forma muito acentuada.

As novas barbearias além de um lugar para estética masculina, querem reforçar o conceito original de um ponto de encontro para homens e, para isso, oferecem mesas de sinuca, bar, entre outras formas de lazer.

6.4 – Mix de Serviços

A Barbearia Dom Pedro oferecerá aos seus clientes um portfólio simples de serviços relacionados especificamente à beleza masculina. Apresentamos, organizados por linha de serviços, o que será oferecido.

Linha de Serviço
1 – CABELO
Cortes

2 – BARBA
Retirada total
Aparo e Desenho/Acabamento

Tabela 1 – Quadro Resumo dos serviços prestados

Fonte: Elaboração do autor (2018)

6.1.1 – **Cabelo:** Trabalhará com cortes tradicionais e/ou modernos, usando de técnicas mais apuradas, sempre munido de materiais qualificados de caráter profissional.

6.1.2 – **Barba:** Haverá dois tipos de serviços específicos, a retirada total da barba, ou o trabalho de aparar e desenho/acabamento da mesma, para aqueles que apreciam apresentar-se com uma barba alinhada, com contornos bem definidos e perfeitos.

6.5 – Preço

De início vale salientar que a estratégia de preço adotada dará lucro, tendo em vista as projeções realizadas e o custos envolvidos.

Esta foi embasada sobre a técnica Pesquisa de Preço, que corresponde ao levantamento dos preços que são praticados pela concorrência para a venda direta. Esse método de precificação serve para quando a empresa quer se manter com destaque no mercado, e quanto o item custa, ou seja, o valor de venda, é o maior diferencial do negócio. Para isso, é necessário começar definindo quais concorrentes serão acompanhados. Alguns podem cobrar valores muito elevados e não representarem uma ameaça para o empreendimento, o que deve ser considerado.

Além disso, vale salientar que, por ser um empreendimento novo, deverá buscar atrair o público inicialmente, e este, com base na pesquisa de mercado, não costuma desembolsar valores fora da curva média para obter os serviços que serão ofertados.

A média de preço encontrada na pesquisa de mercado foi de R\$ 11,50 para corte de cabelo, e R\$ 12,50 para serviços voltados a barba, porém, levando em consideração os custos por cada serviço (que são baixos), optou-se por sacrificar um pouco da margem e jogar ambos os serviços para um preço fixo de R\$ 10,00.

6.6 – Estratégias Promocionais

Como a Barbearia Dom Pedro é um empreendimento novo, busca-se, por meio de ações específicas de divulgação e de fidelização, chamar o cliente a conhecer os serviços, bem como o espaço físico, e agradando-o, fidelizá-lo.

6.6.1 - Mídias Digitais

Serão usadas algumas redes sociais como Facebook, Instagram e Twitter para divulgar a marca, bem como para explicitar pequenos vídeos e fotos do profissional em ação e dos resultados alcançados após o atendimento. Serão divulgadas também promoções voltadas a fidelização, onde a assiduidade dos clientes poderá render brindes e até cortes gratuitos para estes, conforme as regras estipuladas.

6.6.2 - Mídias Tradicionais

Banners, adesivos e a divulgação serão meios de exposição da marca frente ao mercado. Os *banners* serão colocados em algumas vias do bairro e regiões próximas, e os adesivos serão colados nos carros dos clientes parceiros, de amigos, bem como em paredes de estabelecimentos comerciais, e etc.

6.7 - Parcerias

Haverá uma forte parceria com a academia de musculação mais conhecida do bairro, onde os clientes matriculados nesta, terão desconto de 10% nos serviços ofertados pela Barbearia Dom Pedro. Aos cuidados da academia, ficarão a parte de indicação, onde internamente criar-se-á um ambiente de divulgação, onde principalmente será feito a propaganda boca-a-boca, que nestes casos é extremamente importante. Além dos *banners* e adesivos espalhados por todo o espaço físico do ambiente.

7. Plano de Financeiro

Uma das etapas de maior importância para a montagem deste plano de negócio e para a posterior abertura da empresa, trata-se de toda a estrutura financeira. A seguir, serão expostas todas as etapas trabalhadas, bem como seus significados.

7.1 – Investimento Total

Investimento Total	R\$	%
Investimento Fixo	R\$ 4.120,00	75%
Capital de Giro	R\$ 1.030,00	19%
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 350,00	6%
Total Geral	R\$ 5.500,00	100%

Tabela 2 – Investimento total
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.2 – Investimentos Fixos

Obviamente, para que se inicie o bom funcionamento do estabelecimento, dentro de todo padrão desejado, foi necessária a aquisição de alguns itens indispensáveis para que tudo ocorra conforme planejado. Abaixo, segue listagem dos investimentos.

Itens	Valor Unit.	Qtde	Total
Cadeira de Barbeiro	R\$ 400,00	1	R\$ 400,00
Espelho Grande	R\$ 300,00	1	R\$ 300,00
Secador	R\$ 200,00	1	R\$ 200,00
Bebedouro Gelagua	R\$ 250,00	1	R\$ 250,00
Sofá de Espera 1 e 3 lugares	R\$ 600,00	1	R\$ 600,00
Ar condicionado	R\$ 450,00	1	R\$ 450,00
Kit Barbeiro Completo	R\$ 500,00	1	R\$ 500,00
Bancada para apoio	R\$ 300,00	1	R\$ 300,00
TV Led 42 polegadas	R\$ 1.000,00	1	R\$ 1.000,00
Objetos Decorativos	R\$ 120,00	1	R\$ 120,00
Total de Itens	Valor Total		
10	R\$ 4.120,00		

Tabela 3 – Investimentos Fixos
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.3 – Capital de Giro

Diante das necessidades da empresa, o capital de giro necessita estar sempre em foco, deve ser constantemente calculado, para que mediante o controle, compreenda-se se é possível prosseguir com os processos em constante equilíbrio.

Porém, levando-se em consideração o porte da barbearia e seu limitado investimento, tendo em vista que os serviços que serão ofertados aos clientes demandarão em sua totalidade pagamentos à vista, e que a necessidade de aquisição de matéria-prima e outros insumos é deveras simples e pontual, fica amplamente transparente que a necessidade de capital de giro é baixíssima.

Neste caso, mesmo sabendo da não necessidade de um alto capital de giro, reservou-se 19% do investimento total para que não corra-se riscos perante as turbulências pontuais que possam ocorrer.

7.3.1 – Estoque Inicial

Falando-se de estoques, ficou nítido que não se faz necessário ter-se altos estoques de materiais para a prática dos serviços a serem executados. Porém, a sugestão média de estoque inicial é para suprir um mês de serviços.

Abaixo, demanda-se para 30 dias de atividades, R\$ 446,70 de estoque, no montante que leva em consideração todos os produtos ou matérias-primas usadas nos processos, e as respectivas projeções de vendas.

Tipo de serviço	Projeção do N° de Serviços	Custo/Matéria-prima usada	Valor Total
Corte de Cabelo	180	R\$ 1,87	R\$ 336,60
Desenhar/alinhar a Barba	35	R\$ 2,52	R\$ 88,20
Retirada de Barba	10	R\$ 2,19	R\$ 21,90
		Total Geral	R\$ 446,70

Tabela 4 – Valor financeiro do estoque inicial
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.3.2 - Caixa Mínimo

É justamente o montante demandado que garantirá que as obrigações serão cumpridas em relação à terceiros.

Caixa Mínimo	
Custo Fixo Mensal	R\$ 641,85
Custo Variável Mensal	R\$ 445,95
Custo Total	R\$ 1.087,80
Custo Diário (30 dias)	R\$ 36,26
Necessidade Líquida de CG em dias	30
Total dos Custos Fixos	R\$ 1.087,80

Tabela 5 – Caixa mínimo
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.3.3 – Investimentos Pré-Operacionais

Serão os investimentos estritamente destinados à mudança da aparência do local voltada ao *marketing*, a divulgação, no caso, será direcionado à confecção da fachada, *banners*, adesivos e o cavalete. Como há familiares donos de uma gráfica,

conseguiu-se um grande abatimento no preço a ser cobrado na produção destes materiais, bem abaixo do mercado.

Investimento	R\$
Fachada e Cavalete	R\$ 190,00
Banners	R\$ 100,00
Adesivos	R\$ 60,00
Total Geral	R\$ 350,00

Tabela 6 – Investimentos pré-operacionais
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.4 – Projeção ou Estimativa de Faturamento Mensal

A Tabela 7, apontará de forma explanada a estimativa mensal de faturamento, estipulando serviços, e já usando um preço de venda pré-fixado com base na pesquisa de mercado, e de acordo com as ponderações do proprietário, que achou cabível e estratégico fixar seu preço abaixo da média de mercado. Nestes termos, estimou-se um faturamento de R\$ 2.250,00.

Tipo de Serviço	Estimativa do N° de Serviços Mensal	Valor do Serviço	Valor Total	Represent.
Corte de Cabelo	180	R\$ 10,00	R\$ 1.800,00	80%
Desenhar/alinhar a Barba	35	R\$ 10,00	R\$ 350,00	16%
Retirada de Barba	10	R\$ 10,00	R\$ 100,00	4%
			Total Geral	R\$ 2.250,00

Tabela 7 – Projeção faturamento mensal
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.5 – Estimativa do Custo Unitário da Matéria-Prima

Para ter-se uma base coerente e usá-la na análise da formação de preço de cada serviço a ser prestado, foi necessário calcular-se os custos de cada insumo utilizado na execução dos serviços ofertados. Abaixo, Tabela 8 demonstrativa.

Descrição	Valor do Item	Quantidade p/ embalagem ou n° de aplicações por embalagem	Preço Unitário
Lâmina de barbear descartável	R\$ 1,00	3	R\$ 0,33
Gola Higiênica	R\$ 11,00	100	R\$ 0,11
Creme para acabamentos	R\$ 27,00	40	R\$ 0,68
Talco	R\$ 29,90	40	R\$ 0,75
Gel de Barbear Transparente	R\$ 39,90	30	R\$ 1,33
Espuma de Barbear	R\$ 29,90	30	R\$ 1,00

Tabela 8 – Custo unitário da matéria-prima
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.6 – Formação do Preço de Venda

Como já descrito a priori, a estratégia de preço adotada pela Barbearia Dom Pedro será embasada na técnica Pesquisa de Preço, que corresponde ao levantamento dos preços que são praticados pela concorrência para a venda direta.

Esse método de precificação serve para quando a empresa quer se manter com destaque no mercado, e quanto o item custa, ou seja, o valor de venda é o maior diferencial do negócio. Além disso, vale salientar que por ser um empreendimento novo, deverá buscar atrair o público inicialmente, e este, com base na pesquisa de mercado, não costuma desembolsar valores fora da curva média para obter os serviços que serão ofertados.

A média de preço encontrada na pesquisa de mercado foi de R\$ 11,50 para corte de cabelo, e R\$ 12,50 para serviços voltados a barba, porém, levando em consideração o custo dos serviços (que são baixos), optou-se por sacrificar um pouco a margem e jogar ambos os serviços para um preço fixo de R\$ 10,00.

Porém, para ter ciência de que o preço escolhido para ser praticado está coerente com a realidade financeira da empresa, ou se está deixando prejuízo, foram-se analisados os pontos necessários.

7.6.1 – Custos Fixos por Hora

Neste custo, leva-se em consideração primeiramente todos os custos fixos envolvidos no negócio, no caso, R\$ 641,85. Posteriormente, usa-se o resultado desta análise como base para calcular o custo fixo por hora de hora, dividindo-se o custo fixo, pelo números de horas trabalhadas durante o mês., ou seja, $R\$ 641,85 / 208h = R\$ 3,09$.

Sob essa perspectiva, viu-se que independente de haver clientes ou não demandando serviços, já existe um custo pré-fixado de R\$ 3,09 por hora.

Custos Fixos		
Aluguel	R\$	250,00
Água + Energia (Fixo)	R\$	150,00
Internet	R\$	90,00
MEI (DAS)	R\$	51,85
TV a Cabo	R\$	100,00
Total dos Custos Fixos	R\$	641,85

Tabela 9 – Custos Fixos
Fonte: Elaboração do autor (2018)

A - Tempo de Horas Trabalhadas/Mês - Abertura da Barbearia	
Considerando o mês com 26 dias trabalhados	Horas p/ Dia
Terça à Sábado (08 às 17h) - 22 dias	8
Domingo (08 às 17h) - 4 dias	8
Total de horas (mês)	208
B - Custo Fixo por HORA	
Custo Fixo p/ hora	R\$ 3,09

Tabela 10 – Custo do serviço corte de cabelo
Fonte: Elaboração do autor (2018)


7.6.2 – Custos Variáveis e Custos Totais por Serviço.

Neste ponto, tratou-se de identificar quais os custos variáveis envolvidos em cada processo, bem como chegar-se ao custo total envolvido no processo, que é resultado da soma dos custos variáveis mais os custos fixos. No caso, calculou-se cada serviço específico.

7.6.2.1 – Custo Total do Serviço Corte de Cabelo.

Neste caso, o custo total do serviço ficou em torno de R\$ 3,41.

Custos Variáveis - Corte de Cabelo	
Lâmina descartável (Caixa c/3 unid - R\$ 1,00)	R\$ 0,33
Gola Higiênica (Rolo c/ 100 unid - R\$ 11,00)	R\$ 0,11
Creme para acabamentos (40 aplicações - R\$ 27,00)	R\$ 0,68
Talco (40 aplicações - R\$ 29,90)	R\$ 0,75
Custos variáveis	R\$ 1,87




Qual o custo total do serviço "Corte de Cabelo" ?	
Custo Fixo por Cliente/Atendimento	R\$ 1,54
Custos variáveis	R\$ 1,87
Custo Total	R\$ 3,41

Tabela 11 – Custo do serviço corte de cabelo
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.6.2.2 – Custo Total do Serviço Acabamento e Desenho Barba.

Neste caso, o custo total do serviço ficou em torno de R\$ 4,06.

Custos Variáveis - Acabamento e desenho da Barba	
Lâmina descartável (Caixa c/3 unid - R\$ 1,00)	R\$ 0,33
Gola Higiênica (Rolo c/ 100 unid - R\$ 11,00)	R\$ 0,11
Gel de Barbear Transp. (30 aplicações - R\$ 39,90)	R\$ 1,33
Talco (40 aplicações - R\$ 29,90)	R\$ 0,75
Custos variáveis	R\$ 2,52



Qual o custo total do serviço "Acabamento/desenho da Barba"?	
Custo Fixo por Cliente/Atendimento	R\$ 1,54
Custos variáveis	R\$ 2,52
Custo Total	R\$ 4,06

Tabela 12 – Custo do serviço acabamento e desenho barba
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.6.2.3 – Custo Total do Serviço Retirada Completa Barba.

Neste caso, o custo total do serviço ficou em torno de R\$ 3,73.

Custos Variáveis - Retirada completa da Barba		Qual o custo total do serviço "Retirada Completa da Barba"?	
Lâmina descartável (Caixa c/3 unid - R\$ 1,00)	R\$ 0,33	Custo Fixo por Cliente/Atendimento	R\$ 1,54
Gola Higiênica (Rolo c/ 100 unid - R\$ 11,00)	R\$ 0,11	Custos variáveis	R\$ 2,19
Espuma de Barbear (30 aplicações - R\$ 29,90)	R\$ 1,00		
Talco (40 aplicações - R\$ 29,90)	R\$ 0,75		
Custos variáveis	R\$ 2,19	Custo Total	R\$ 3,73

Tabela 13 – Custo do serviço retirada total da barba
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.7 – Estimativa de Custos com Depreciação

A estimativa de depreciação aqui proposta leva em consideração a vida útil dos ativos, bem como a necessidade de renová-los de acordo com seu grau de integridade com o passar do tempo.

Ativos Físicos	Valor do bem	Vida útil em anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Cadeira de Barbeiro	R\$ 400,00	3	R\$ 133,33	R\$ 11,11
Espelho Grande	R\$ 300,00	7	R\$ 42,86	R\$ 3,57
Secador	R\$ 200,00	3	R\$ 66,67	R\$ 5,56
Bebedouro Gelagua	R\$ 250,00	5	R\$ 50,00	R\$ 4,17
Sofá de Espera 1 e 3 lugares	R\$ 600,00	4	R\$ 150,00	R\$ 12,50
Ar condicionado	R\$ 450,00	5	R\$ 90,00	R\$ 7,50
Kit Barbeiro Completo	R\$ 500,00	2	R\$ 250,00	R\$ 20,83
Bancada para apoio	R\$ 300,00	10	R\$ 30,00	R\$ 2,50
TV Led 42 polegadas	R\$ 1.000,00	4	R\$ 250,00	R\$ 20,83
Objetos Decorativos	R\$ 120,00	7	R\$ 17,14	R\$ 1,43
Valor total da depreciação Mensal				
R\$ 90,00				

Tabela 14 – Custos com depreciação
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.8 – Projeção de Resultados

Nas Tabelas a seguir, serão expostas as projeções de resultados embasadas nas estimativas das demandas de serviços da Barbearia Dom Pedro, ou seja, a explanação de prováveis resultados, bem como os cenários otimistas e pessimistas da empresa diante da realidade do mercado.

7.8.1 – Cenário Provável

Tipo de serviço		Nº de serviços realizados	Valor Cobrado p/ serviço	Total
Corte de Cabelo		180	R\$ 10,00	R\$ 1.800,00
Desenhar/alinhar a Barba		35	R\$ 10,00	R\$ 350,00
Retirada de Barba		10	R\$ 10,00	R\$ 100,00
		225	Total Geral	R\$ 2.250,00

Custos Fixos		Nº de serviços realizados	Custo Variável p/ serviço	Total
Aluguel	R\$ 250,00	180	R\$ 1,87	R\$ 335,85
Água + Energia (Fixo)	R\$ 150,00	35	R\$ 2,52	R\$ 88,23
Internet	R\$ 90,00	10	R\$ 2,19	R\$ 21,88
MEI (DAS)	R\$ 51,85	225	Total de custos variáveis	R\$ 445,95
TV a Cabo	R\$ 100,00			
Total dos Custos Fixos	R\$ 641,85			

Receita Bruta	Custos Fixos	Custos Variáveis	Resultado
R\$ 2.250,00	R\$ 641,85	R\$ 445,95	R\$ 1.162,20

Tabela 15 – Cenário Provável
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.8.2 – Cenário Otimista

Tipo de serviço		Nº de serviços realizados	Valor Cobrado p/ serviço	Total
Corte de Cabelo		280	R\$ 10,00	R\$ 2.800,00
Desenhar/alinhar a Barba		60	R\$ 10,00	R\$ 600,00
Retirada de Barba		20	R\$ 10,00	R\$ 200,00
		360	Total Geral	R\$ 3.600,00

Custos Fixos		Nº de serviços realizados	Custo Variável p/ serviço	Total
Aluguel	R\$ 250,00	280	R\$ 1,87	R\$ 522,43
Água + Energia (Fixo)	R\$ 150,00	60	R\$ 2,52	R\$ 151,25
Internet	R\$ 90,00	20	R\$ 2,19	R\$ 43,75
MEI (DAS)	R\$ 51,85	360	Total de custos variáveis	R\$ 717,43
TV a Cabo	R\$ 100,00			
Total dos Custos Fixos	R\$ 641,85			

Receita Bruta	Custos Fixos	Custos Variáveis	Resultado
R\$ 3.600,00	R\$ 641,85	R\$ 717,43	R\$ 2.240,72

Tabela 16 – Cenário Otimista
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.8.3 – Cenário Pessimista

Com relação à projeção do cenário pessimista, onde apresenta-se um resultado negativo (- R\$ 121,29), fica nítido que necessita-se de capital de giro.

Tipo de serviço	Nº de serviços realizados	Valor Cobrado p/ serviço	Total
Corte de Cabelo	50	R\$ 10,00	R\$ 500,00
Desenhar/alinhar a Barba	10	R\$ 10,00	R\$ 100,00
Retirada de Barba	5	R\$ 10,00	R\$ 50,00
	65	Total Geral	R\$ 650,00

Custos Fixos		Nº de serviços realizados	Custo Variável p/ serviço	Total
Aluguel	R\$ 250,00	50	R\$ 1,87	R\$ 93,29
Água + Energia (Fixo)	R\$ 150,00	10	R\$ 2,52	R\$ 25,21
Internet	R\$ 90,00	5	R\$ 2,19	R\$ 10,94
MEI (DAS)	R\$ 51,85	65	Total de custos variáveis	R\$ 129,44
TV a Cabo	R\$ 100,00			
Total dos Custos Fixos	R\$ 641,85			

Receita Bruta	Custos Fixos	Custos Variáveis	Resultado
R\$ 650,00	R\$ 641,85	R\$ 129,44	-R\$ 121,29

Tabela 17 – Cenário Pessimista
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.9 – Projeção do Fluxo de Caixa

A estimativa referida abaixo leva em consideração os doze meses iniciais de abertura da Barbearia Dom Pedro, e diante da perspectiva de faturamento, em todos os meses a empresa apresenta resultados positivos.

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019
ENTRADAS												
Vendas à vista	R\$ 2.000,00	R\$ 2.100,00	R\$ 1.900,00	R\$ 1.900,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.100,00	R\$ 1.700,00	R\$ 1.900,00	R\$ 1.950,00	R\$ 1.950,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.600,00
TOTAL DE ENTRADAS	R\$ 2.000,00	R\$ 2.100,00	R\$ 1.900,00	R\$ 1.900,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.100,00	R\$ 1.700,00	R\$ 1.900,00	R\$ 1.950,00	R\$ 1.950,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.600,00
SAÍDAS												
Aluguel	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Água e Energia (Fixo)	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Internet	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00
MEI	R\$ 51,85	R\$ 51,85	R\$ 51,85	R\$ 51,85	R\$ 51,85	R\$ 51,85	R\$ 51,85	R\$ 51,85	R\$ 51,85	R\$ 51,85	R\$ 51,85	R\$ 51,85
TV à cabo	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Marketing	R\$ 350,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 60,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
TOTAL DE SAÍDAS	R\$ 991,85	R\$ 641,85	R\$ 641,85	R\$ 641,85	R\$ 641,85	R\$ 641,85	R\$ 701,85	R\$ 641,85	R\$ 641,85	R\$ 641,85	R\$ 641,85	R\$ 641,85
1. Entradas - Saídas	R\$ 1.008,15	R\$ 1.458,15	R\$ 1.258,15	R\$ 1.258,15	R\$ 1.358,15	R\$ 1.458,15	R\$ 998,15	R\$ 1.258,15	R\$ 1.308,15	R\$ 1.308,15	R\$ 1.358,15	R\$ 1.958,15
2. Saldo Anterior	R\$ -	R\$ 1.008,15	R\$ 2.466,30	R\$ 3.724,45	R\$ 4.982,60	R\$ 6.340,75	R\$ 7.798,90	R\$ 8.797,05	R\$ 10.055,20	R\$ 11.363,35	R\$ 12.671,50	R\$ 14.029,65
3. Saldo Acumulado	R\$ 1.008,15	R\$ 2.466,30	R\$ 3.724,45	R\$ 4.982,60	R\$ 6.340,75	R\$ 7.798,90	R\$ 8.797,05	R\$ 10.055,20	R\$ 11.363,35	R\$ 12.671,50	R\$ 14.029,65	R\$ 15.987,80
NEC. DE EMPRÉSTIMO	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Saldo Final	R\$ 1.008,15	R\$ 2.466,30	R\$ 3.724,45	R\$ 4.982,60	R\$ 6.340,75	R\$ 7.798,90	R\$ 8.797,05	R\$ 10.055,20	R\$ 11.363,35	R\$ 12.671,50	R\$ 14.029,65	R\$ 15.987,80
Receita Total	R\$ 2.000,00	R\$ 2.100,00	R\$ 1.900,00	R\$ 1.900,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.100,00	R\$ 1.700,00	R\$ 1.900,00	R\$ 1.950,00	R\$ 1.950,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.600,00
LUCRO LÍQUIDO	R\$ 1.008,15	R\$ 1.458,15	R\$ 1.258,15	R\$ 1.258,15	R\$ 1.358,15	R\$ 1.458,15	R\$ 998,15	R\$ 1.258,15	R\$ 1.308,15	R\$ 1.308,15	R\$ 1.358,15	R\$ 1.958,15

Tabela 18 – Fluxo de caixa durante 1 ano
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.10 – Indicadores de Viabilidade

7.10.1 – Ponto de Equilíbrio

Em suma, é o quanto as empresas precisam gerar de receita para pelo menos equilibrar as contas, ou seja, não trabalharem no vermelho opere em situação de prejuízo.

$$IMC = \frac{\text{Receita Total} - \text{Custos variáveis totais}}{\text{Receita Total}} = 0,80$$

$$PE = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{IMC} = 800,51$$

Índice da Margem de Contribuição						
IMC =	Receita Total - Custos Variáveis Totais / Receita Total					
	R\$	2.250,00	R\$	445,95	R\$	2.250,00 = 0,80
Ponto de Equilíbrio						
PE =	Custo Fixo Total / IMC					
	R\$	641,85		0,80	-	= R\$ 800,51

Tabela 19 – Índice da margem de contribuição
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.10.2 – Lucratividade

Em suma, é indicador que transparece o que está sendo gerado de lucro, com base na receita proposta, dentro de uma escala mensal. Neste caso, considerando as variáveis, o indicador mostrou que é satisfatório, com **51,7% a.m.**

$$L = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}} \times 100 = 51,7\%$$

Lucratividade MENSAL						
L =	Lucro Líquido / Receita Total x 100					
	R\$	1.162,20	R\$	2.250,00	x 100	= 51,7%

Tabela 20 – Lucratividade
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.10.3 – Rentabilidade

Em suma, é um dos indicadores de viabilidade mais importantes, pois transparece o percentual de retorno, levando em consideração o lucro líquido do período sobre o investimento total. Salienta-se que o indicador foi aplicado em escala mensal. Neste caso, considerando variáveis como possíveis investimentos e os riscos envolvidos, o indicador mostrou que o resultado é satisfatório, com uma rentabilidade mensal de **21,1% a.m.**

$$ROI = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} \times 100 = 21,1\%$$

Rentabilidade MENSAL					
R =	Lucro Líquido / Investimento Total x 100				
	R\$	1.162,20	R\$	5.500,00	x 100 = 21,1%

Tabela 21 – Rentabilidade
Fonte: Elaboração do autor (2018)

7.10.4 – Prazo de Retorno do Investimento

Em suma, é um indicador de viabilidade importantíssimo, onde este transparece em quanto tempo o dinheiro inicialmente investido no negócio será recuperado. Vale salientar que a escala estipulada é a mensal. Segundo o resultado apresentado, o prazo de retorno está dentro da realidade esperada, e até melhor do que se imaginava, estimando-se **4,73 meses** para que se recupere o que foi investido.

$$PRI = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}} = 4,73$$

Prazo de Retorno do Investimento					
PRI =	Investimento Total / Lucro Líquido				
	R\$	5.500,00	R\$	1.162,20	= 4,73

Tabela 22 – Prazo de retorno do investimento
Fonte: Elaboração do autor (2018)

8. Planejamento Operacional

Neste ponto, tratar-se-á da análise do espaço físico disponível para o exercício da atividade fim, bem como mensurar mediante projeções o nível de serviço em termos de capacidade de produção, levando em consideração os tipos de serviços e a quantidade de horas trabalhadas por dia.

8.1 – Layout da Barbearia Dom Pedro e a Capacidade de Produção

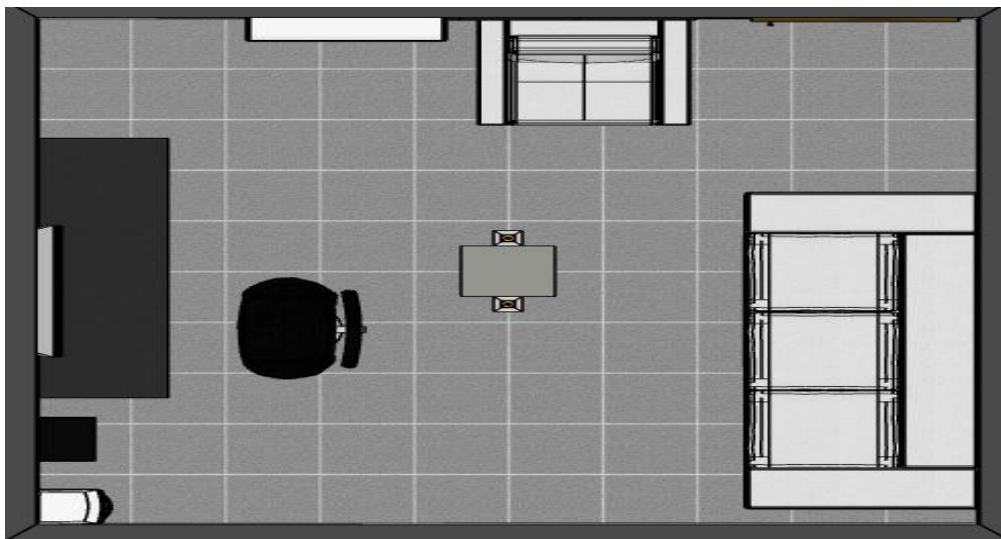


Figura 4 – Layout da barbearia
Fonte: Elaboração do autor (2018)

O ambiente físico contará com uma estrutura de 5x7m, onde tal espaço é suficiente para comportar todos os móveis necessários, bem como acomodar com conforto os futuros clientes da Barbearia Dom Pedro.

Referente a capacidade de produção, ou neste caso, de atendimento, levando-se em conta que haverá apenas um profissional exercendo as funções, sendo este o proprietário do estabelecimento, estima-se que cada serviço específico dure em média 30 minutos pela própria experiência do barbeiro, independente de qual o item do *mix* ofertado. Entendamos na Tabela 23, qual a capacidade máxima de atendimentos por dia.

Capacidade Máxima de Atendimentos	
Horas Trabalhadas por Dia	8
Tempo Demandado por Atendimento	30 min
Total de Atendimentos por Hora	2
Total de Atendimentos por Dia	16

Tabela 23 – Capacidade de atendimento
Fonte: Elaboração do autor (2018)

Neste caso, viu-se que a capacidade máxima de atendimentos ou da prestação de cada serviço específico é de **16 por dia** trabalhado, considerando a quantidade de horas trabalhadas.

9. Conclusão

O mercado de higiene e beleza voltado ao público masculino está aberto a novos negócios. Este é amplo, e até o momento está em processo de crescimento e desenvolvimento, não atingindo ainda todas as áreas da cidade, e até de bairros, onde muitas vezes não existem barbearias, e quando há, não prestam um serviço adequado.

O plano de negócio aqui exposto é uma resposta à necessidade comercial voltada ao ramo de higiene e beleza masculina na região onde será brevemente implantada a Barbearia Dom Pedro, onde a pesquisa de mercado apontou tal demanda de forma nítida por parte dos consumidores dos serviços deste segmento.

Também nos é claro, que o mercado não apresenta-se de forma simplória e congelada, pelo contrário, ele é em sua essência bastante dinâmico e competitivo, exigindo adaptações constantes às mudanças impostas por este.

Por fim, levando em consideração as análises aqui feitas, tanto quantitativas como qualitativas, ficou clara a viabilidade da implantação da Barbearia Dom Pedro. Sendo ainda mais fortalecida pela experiência do proprietário no ramo proposto, e pelo conhecimento deste por parte dos futuros clientes, onde o mesmo é bastante lembrando por inúmeros usuários dos serviços a serem ofertados pela barbearia, sendo a amizade um fator importante na divulgação e indicação do futuro empreendimento. Sendo assim, o negócio tem tudo para dar certo, progredindo de forma consistente e rápida.

REFERÊNCIAS

KOTLER, P. **Marketing Essencial**: Conceitos, estratégias e casos. Tradução: Sabrina Cairo. 2 ed. São Paulo: Pearson, 2005.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. Tradução Cristina Yamagami. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

KOTLER, P.; e KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson, 2007.

<http://www.brazilbeautynews.com/cosmeticos-para-a-barba-beneficiam-da-mudanca-do,1638>

Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, 2016. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 04 de maio de 2018

[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf). **Como Elaborar um plano de negócios**

Inovaç(Fonte:<http://www.pbagora.com.br/conteudo.php?id=20160523114159&cat=economia&keys=inovacao-faz-crescer-negocios-beleza>). **A inovação faz crescer os negócios de beleza**.

Apêndices A - Questionário da Pesquisa de Mercado

Pesquisa de Mercado no ramo de Higiene e Beleza sobre Barbearias - Público e Preferências

1 - Qual a sua faixa de idade?

- ☐ Entre 15 e 19 anos
- ☐ Entre 20 e 24 anos
- ☐ Mais de 24 anos

2 - Você reside no Bairro das Industrias ou bairros próximos?

- ☐ SIM
- ☐ NÃO

3 - Você costuma frequentar barbearias OU usar os serviços ofertados por uma (corte de cabelo, barba, e etc), em estabelecimentos similares, como um salão de beleza por exemplo?

- ☐ SIM
- ☐ NÃO

4 - Qual ou quais serviços geralmente você procura?

- ☐ Corte de Cabelo
- ☐ Alinhamento / Desenho / Acabamento de Barba
- ☐ Ambos os Serviços

5 - Na sua casa, há outras pessoas que demandam um destes serviços?

- ☐ SIM
- ☐ NÃO

6 - Se há, qual o número de pessoas?

- ☐ 1 Pessoa
- ☐ 2 Pessoas
- ☐ 3 Pessoas
- ☐ NÃO HÁ

7 - Com que frequência você vai a barbearia, OU a outros estabelecimentos similares como salões de beleza, a fim de consumir algum dos serviços ofertados (corte de cabelo e barba)?

- ☐ Semanalmente
- ☐ Quinzenalmente
- ☐ Mensalmente

8 - Há barbearias no bairro onde você reside?

- ☐ SIM
- ☐ NÃO
- ☐ NÃO SEI

9 - Você costuma deslocar-se a longas distâncias para consumir os serviços ofertados por uma barbearia ou estabelecimentos similares, como salões de beleza?

- ☐ SIM
- ☐ NÃO

10 - Gostaria que houvesse ALGUMA ou NOVAS barbearias no seu bairro?

- ☐ SIM
- ☐ NÃO

11 - Qual faixa de preço é comum encontrar no seu bairro, pela prestação de serviço CORTE DE CABELO?

- ☐ Entre R\$ 5 e R\$ 10
- ☐ Entre R\$ 11 e R\$ 15
- ☐ Entre R\$ 16 e R\$ 20
- ☐ Mais que R\$ 20
- ☐ NÃO SEI

12 - Qual faixa de preço é comum encontrar no seu bairro, pela prestação de serviço ALINHAMENTO / DESENHO / ACABAMENTO de BARBA?

- ☐ Entre R\$ 5 e R\$ 10
- ☐ Entre R\$ 11 e R\$ 15
- ☐ Entre R\$ 16 e R\$ 20
- ☐ Mais que R\$ 20
- ☐ NÃO SEI